

## ABSTRAK

Program qurban merupakan kegiatan yang dilaksanakan secara profesional oleh LAZ DT Peduli dengan menyediakan hewan qurban berkualitas yang diperoleh dari peternak lokal dan mitra *breeding* terpercaya.. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atau menggambarkan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan transparansi terhadap keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban. Dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Nilai *adjusted R square* menunjukkan angka 0,853 artinya adalah sebesar 85,3% variabel keputusan pembelian masyarakat menjadi shahibul qurban (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan transparansi (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 14,7% dapat dijelaskan oleh variabel- variabel lainnya.  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.  $F_{tabel}$  (df pembilang = k dan df penyebut = n-k-1) maka (df pembilang = 3 dan df penyebut = 84-3-1 = 80) sehingga  $F_{tabelnya}$  adalah 2,72.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $161,776 > 2,72$  maka  $H_0$  ditolak sehingga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan transparansi terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban pada LAZ DT Peduli Sumut secara simultan. Sedangkan pada Uji T terdapat nilai Sig data pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) lebih kecil dari 0,005 sehingga terdapat pengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menjadi shahibul qurban, berbeda pada variabel transparansi (X3) yang memiliki Sig lebih besar dari 0,005 sehingga tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan masyarakat menjadi shahibul qurban.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Transparansi dan Keputusan Masyarakat Menjadi Shahibul Qurban.**

